

### 3 広報・PR

#### 水道局の広報・PRについてお聞きします

問6 水道局が行っている広報媒体の中で、あなたの事業所が利用しているものは次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |                       |               |            |
|-----------------------|---------------|------------|
| 1 広報紙「水先案内」           | 2 市報にいがた      | 3 ホームページ   |
| 4 パンフレット              | 5 新聞での広報      | 6 水道週間イベント |
| 7 新潟まつりや古町どんどんなどのイベント | 8 利用しているものはない |            |

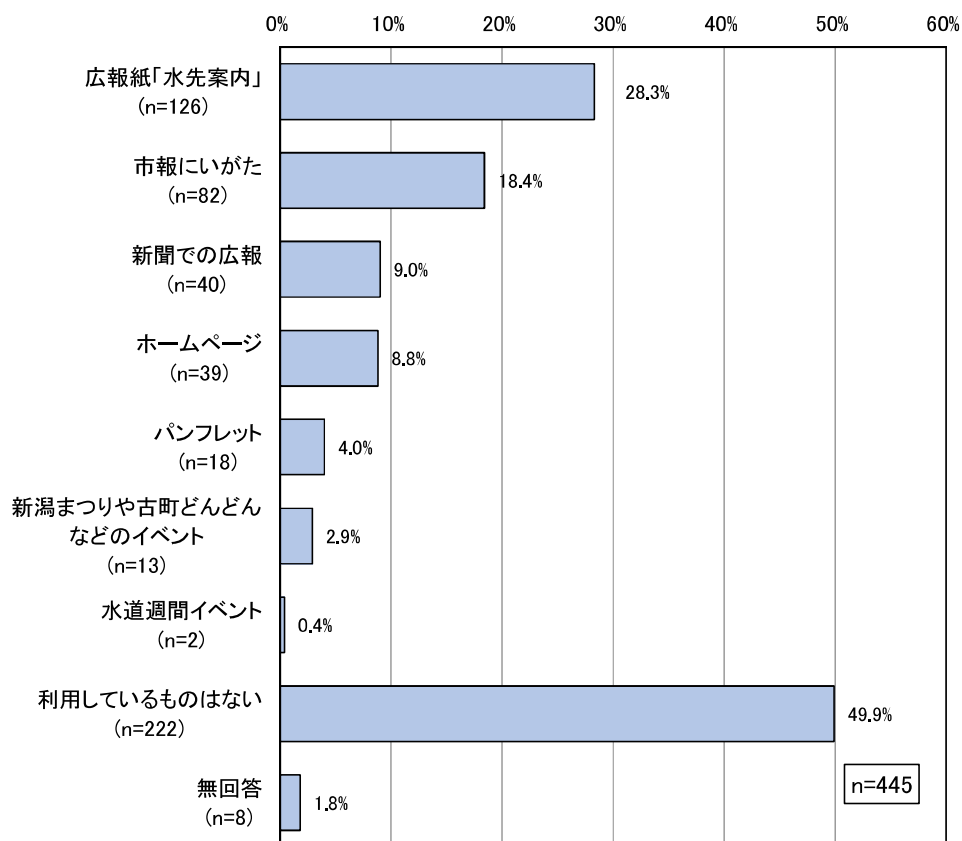
問7 水道局が広報活動を行っていく上で、今後力を入れてほしい媒体は次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |                        |             |           |
|------------------------|-------------|-----------|
| 1 広報紙「水先案内」            | 2 市報にいがた    | 3 ホームページ  |
| 4 携帯版ホームページ            | 5 パンフレット    | 6 新聞での広報  |
| 7 雑誌での広報               | 8 ラジオでの広報   | 9 テレビでの広報 |
| 10 検針票の裏面              | 11 水道週間イベント | 12 SNS    |
| 13 新潟まつりや古町どんどんなどのイベント |             |           |
| 14 その他 ( )             |             |           |

問8 あなたの事業所が必要と考える水道局からの情報やお知らせは、次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| 1 水道水の水質検査の結果     | 2 断水・漏水などの工事情報       |
| 3 災害対策の取組み        | 4 水道料金や支払いに関する手続きの方法 |
| 5 事業の経営状況         | 6 各種のイベント情報          |
| 7 水道水の節水方法や活用方法など | 8 その他 ( )            |

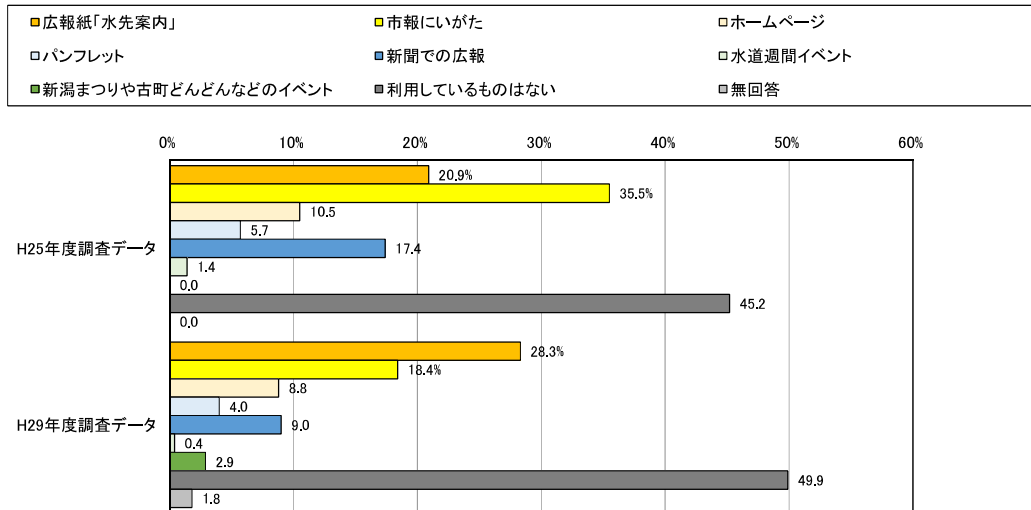
問6 利用している広告媒体



水道局が行っている広報の媒体の中で、事業所に最も利用されている広報媒体は、『広報紙「水先案内』で28.3%を占めている。

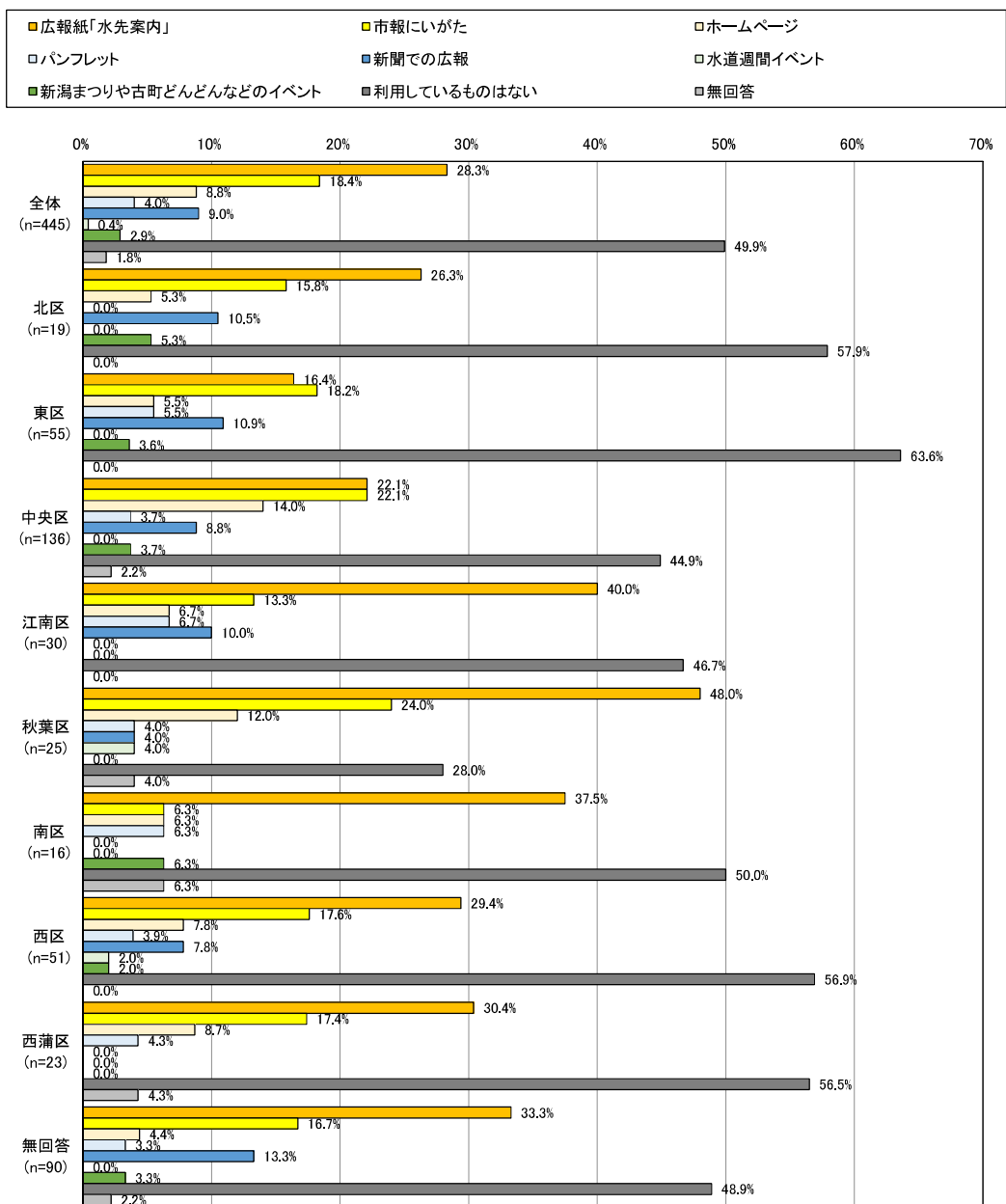
次いで、「市報にいがた」が18.4%と高く、「新聞での広報」も9.0%、「ホームページ」も8.8%と、それなりの利用があるが、「利用しているものはない」が49.9%で大差をつけて1位であることは、より一層の広報活動の必要性が感じられる。

(H25年度との経年比較)

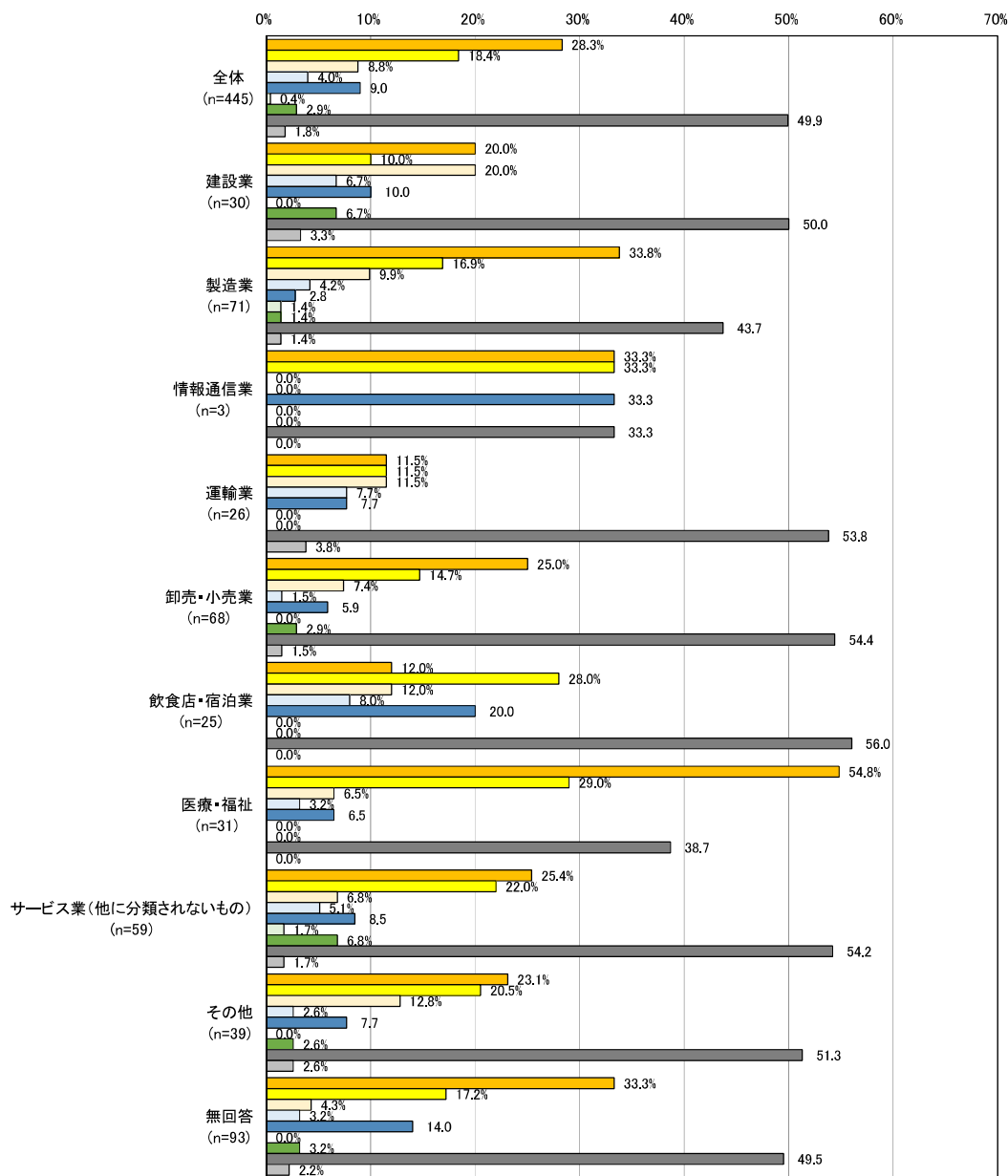
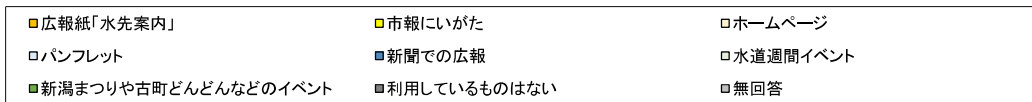


平成29年度では『広報紙「水先案内』』と回答した割合が高くなっている。

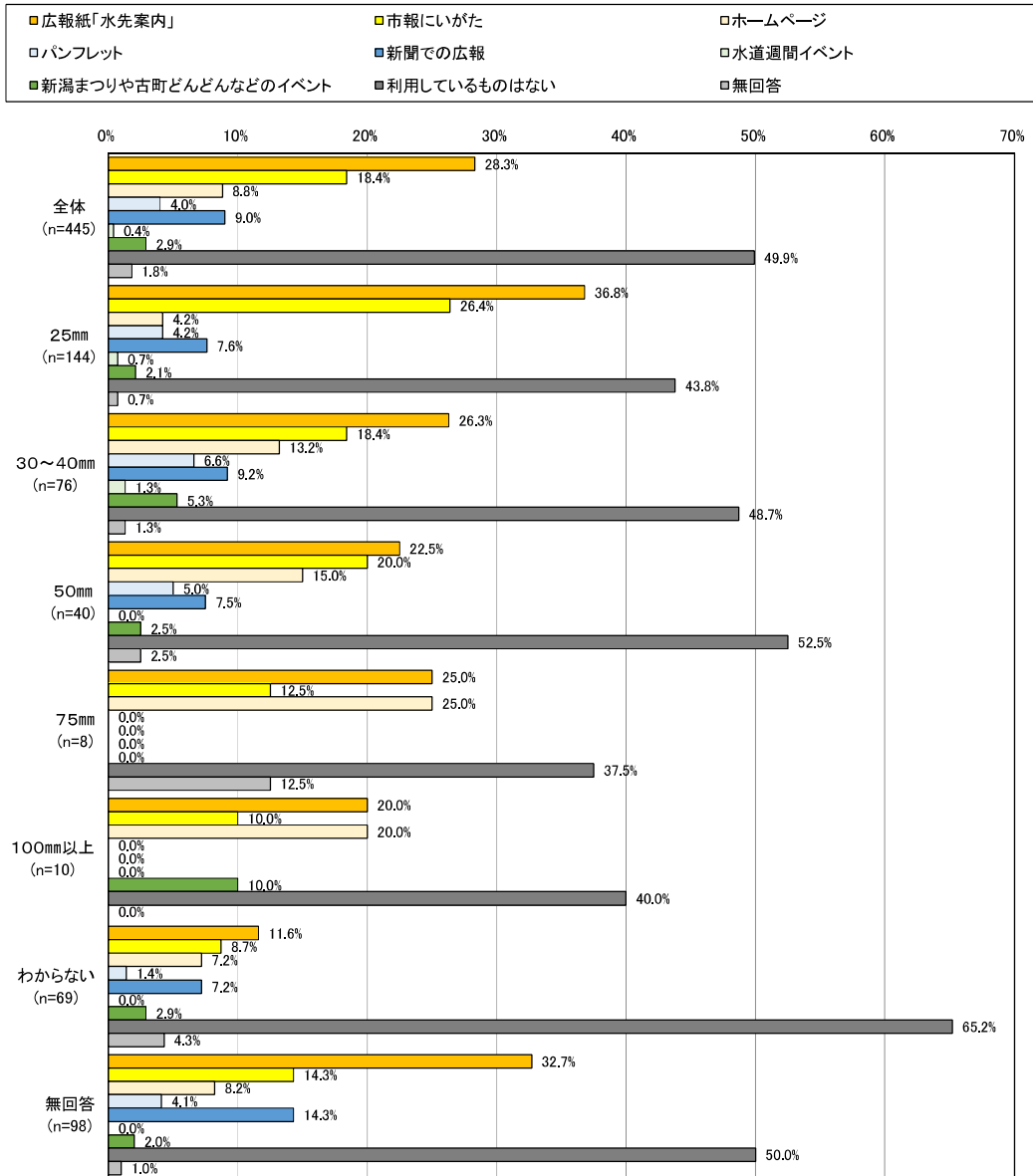
※平成25年度では「水道週間イベント」、「新潟まつりや古町どんどんなどのイベント」という選択肢がない。



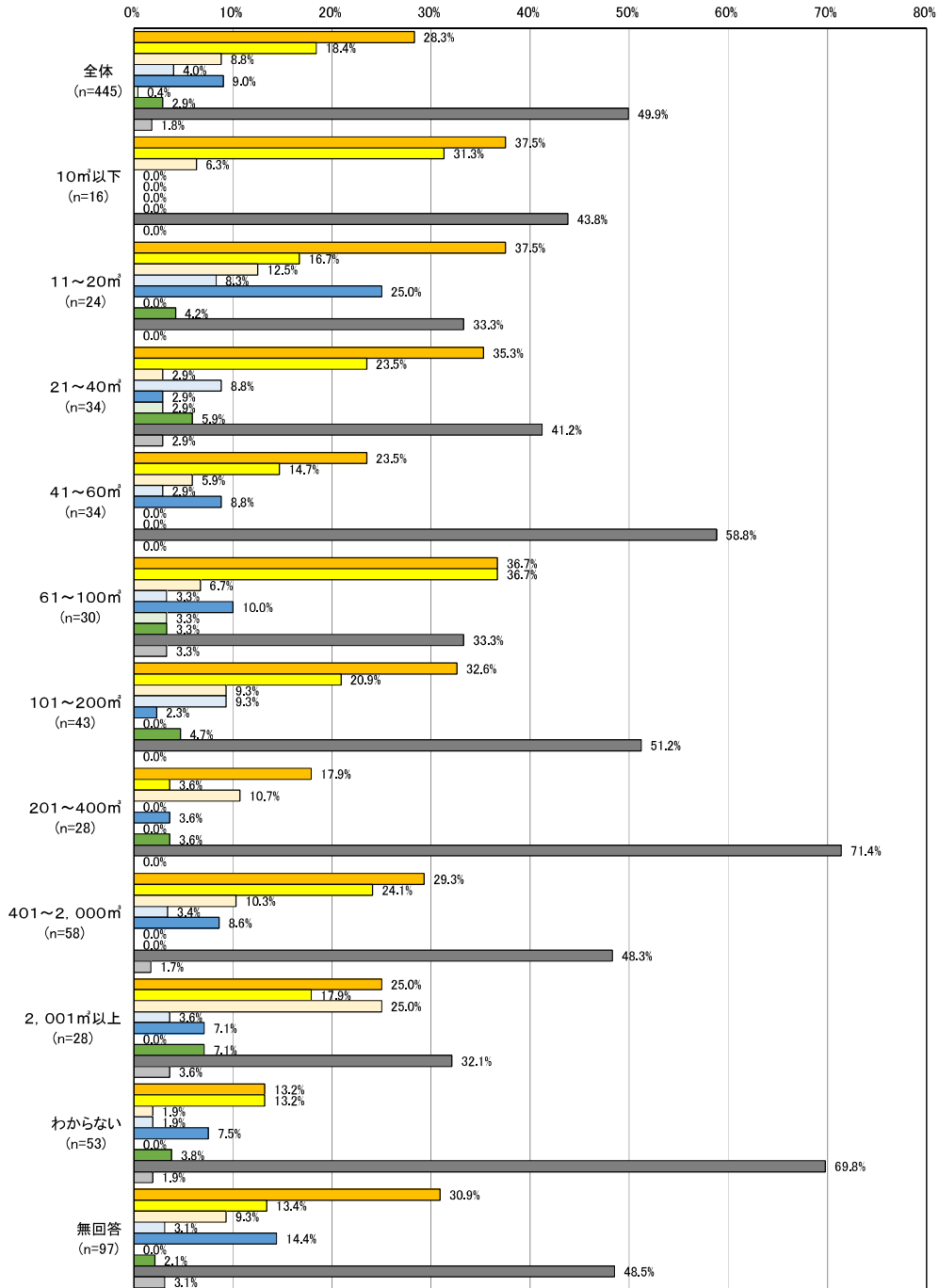
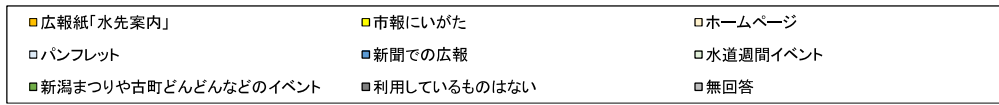
所在区別でみると、東区では「利用しているものはない」が63.6%と他の区に比較してかなり多くなっていることが分かった。



業種別にみると、利用している広報媒体にあまり大きな差はないようである。

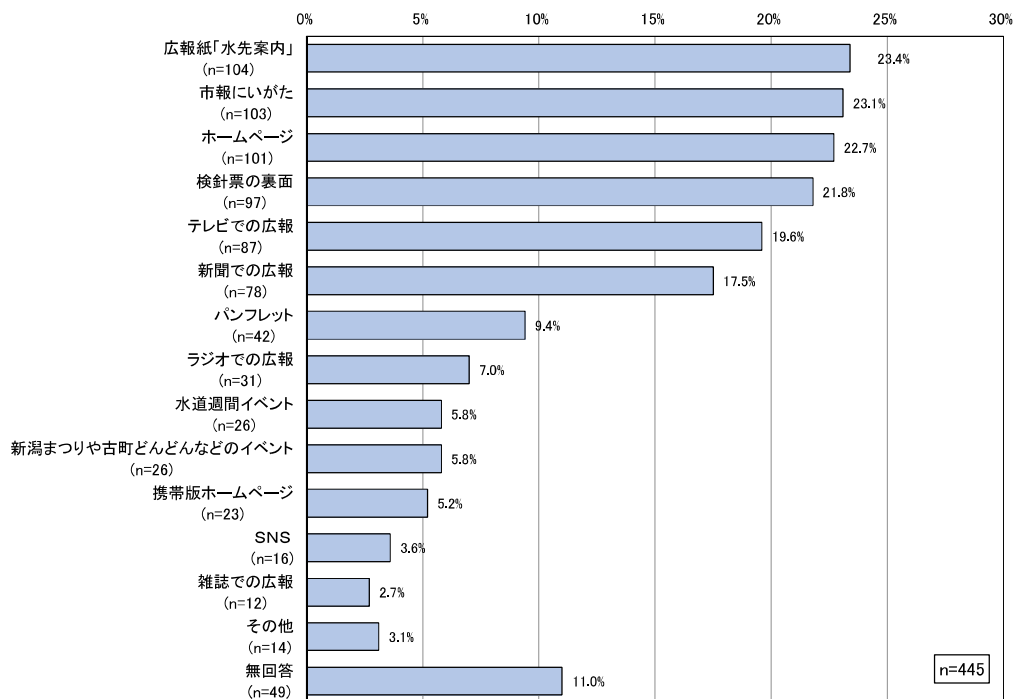


水道メーター口径別でみると、25mmの口径での広報媒体の利用率が、『広報紙「水先案内」』が36.8%と高く、各75mmの口径での各広報媒体の利用率が、『広報紙「水先案内」』「ホームページ」がそれぞれ25.0%と高い水準で利用され、その結果、「利用しているものはない」が37.5%と他の口径に比較して低くなっていることが分かった。



直近の水道使用水量別でみると、利用している広報媒体にあまり大きな差はないようである。

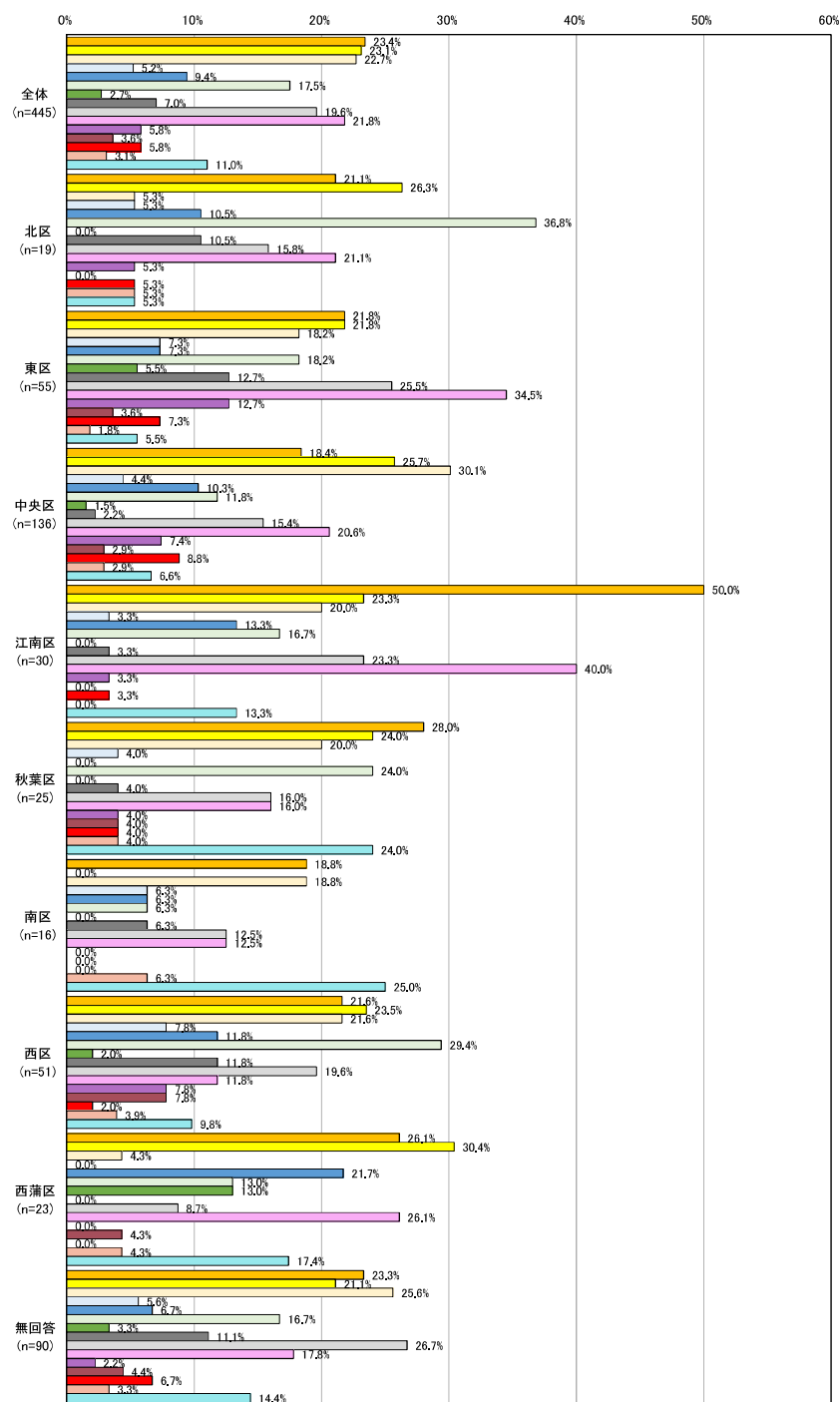
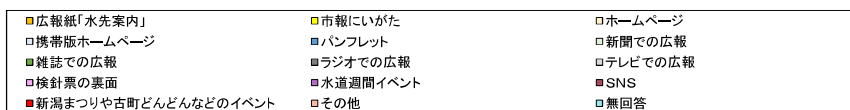
問7 力を入れてほしい媒体



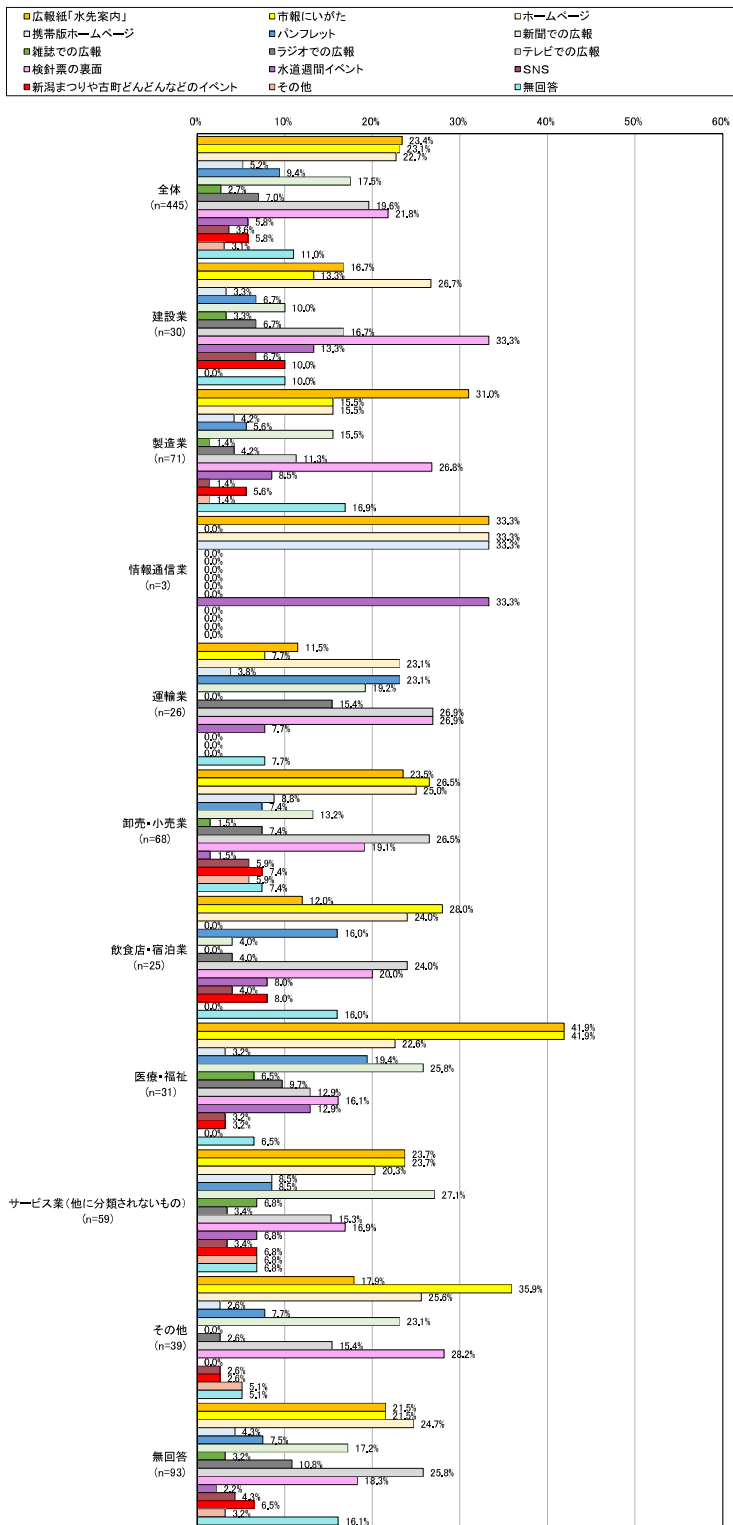
今後力を入れてほしい媒体としては、『広報紙「水先案内」』が最も多く、23.4%を占めている。次いで、「市報にいがた」が23.1%と高く、「ホームページ」も22.7%、「検針票の裏面」も21.8%と高いが、『広報紙「水先案内」』23.4%や「検針票の裏面」21.8%と2つの水道局独自の媒体についても、高い要望がある。



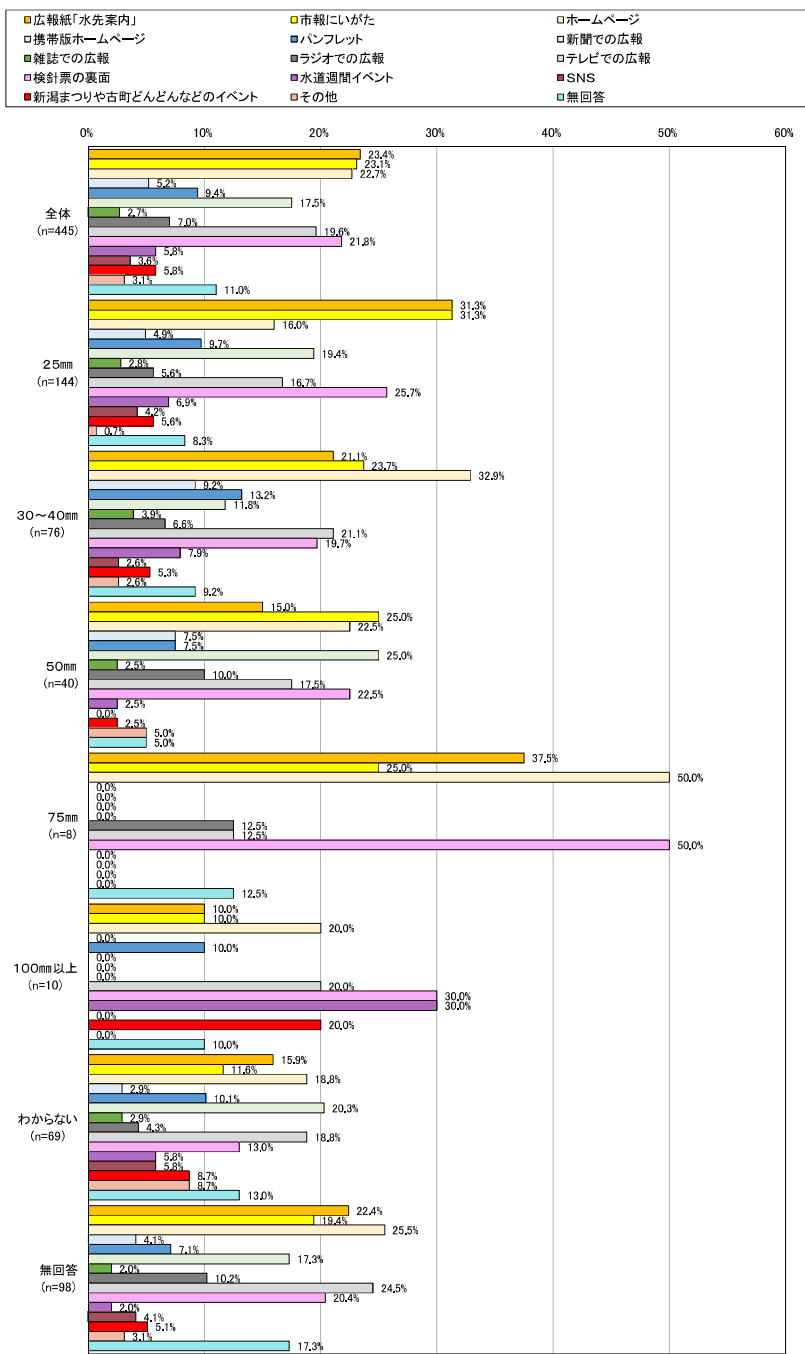
その他の回答
なし
新聞関係は購入していない人は見ないホームページもあえて開くひとはいない、よって市民のお金のかからないポスティングと検針票の裏面、テレビ、ラジオ市内各所に電光掲示板をおいて広報する。またテレビのニュースで新潟市の枠を設けてもらう。
なし
なし
あきは区役所だより
YouTube の動画前の広告
掲示物
検針票と一緒に投かん
わからない
特に無し
わからない
特に無し
特になし



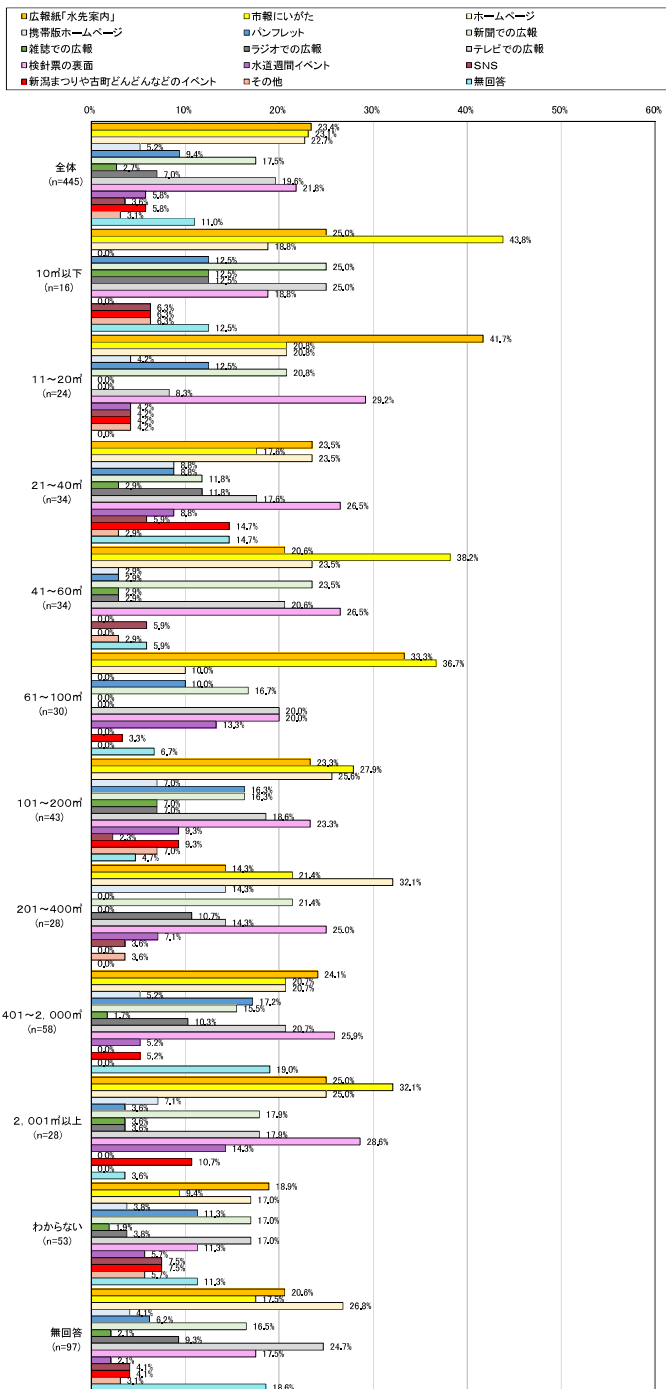
所在区別では、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないように思われる。



業種別にみても、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないように思われる。

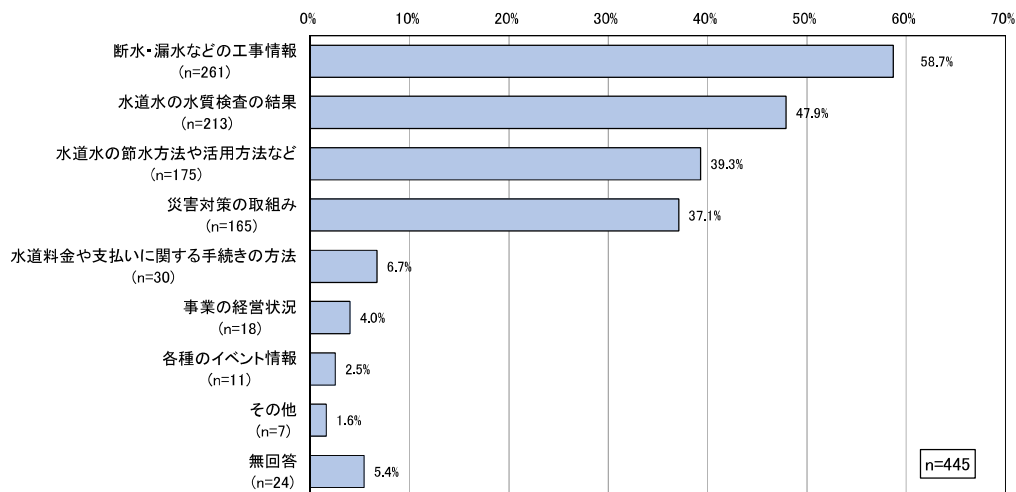


水道メーター口径別でみると、30~40mmで「ホームページ」が32.9%、50mmで「市報にいがた」と「新聞での広報」が25.0%、75mmで「ホームページ」と「検針票の裏面」が50.0%で、100mm以上でも「検針票の裏面」と「水道週間イベント」が30.0%で、それぞれ『広報紙「水先案内」』を押さえ、1位になっているのは特徴的である。



直近の水道使用水量別で見ると、11~20m<sup>3</sup>で、『広報紙「水先案内」』が41.7%、21~40m<sup>3</sup>で「検針票の裏面」が26.5%、(41~60m<sup>3</sup>)~(101~200m<sup>3</sup>)で「市報にいがた」が高く、201~400m<sup>3</sup>で、「ホームページ」が32.1%、それぞれ『広報紙「水先案内」』を押さえ、1位になっているのは特徴的である。

問8 必要と考える情報やお知らせ

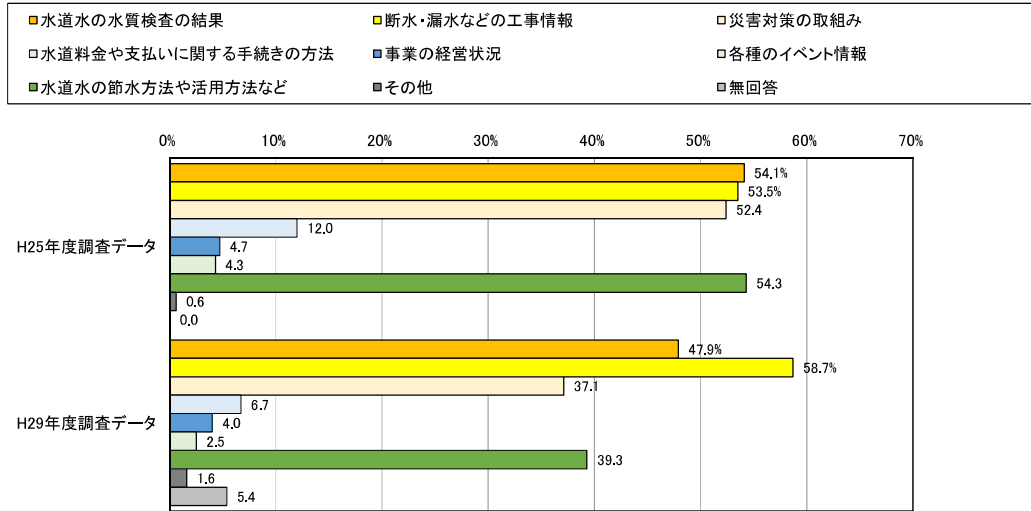


事業所が最も必要と考える情報やお知らせは、「断水・漏水などの工事情報」で58.7%を占めている。

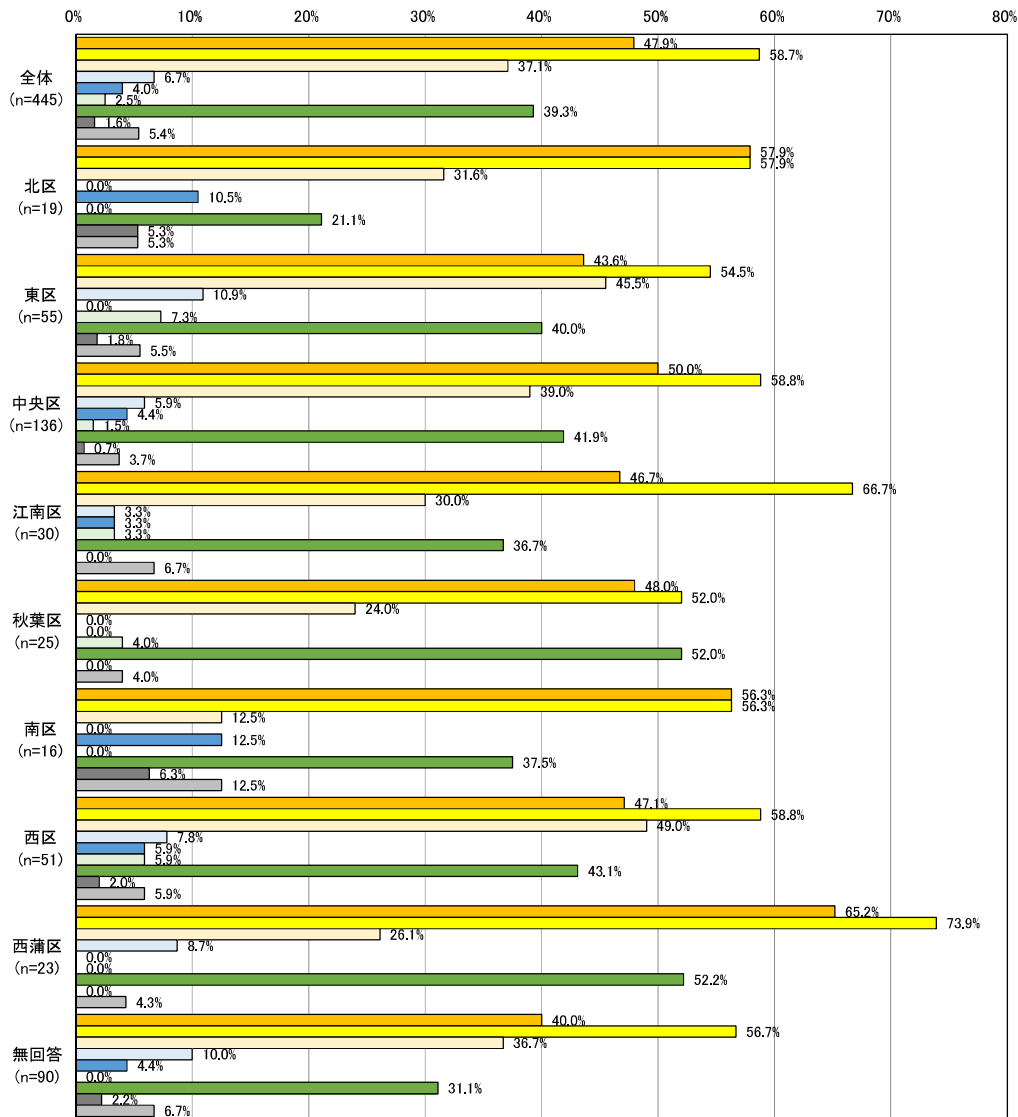
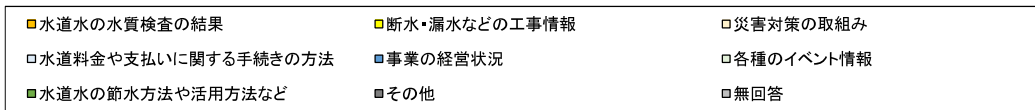
次いで、「水道水の水質検査の結果」が47.9%と高く、「水道水の節水方法や活用方法など」も39.3%、「災害対策の取組み」も37.1%と高くなっているが、それ以外は10%以下となっている。

その他の回答
道路工事等の情報公開
なし
冬場の凍結防止
特に無し
特になし
自然を守るための取組み

(H25年度との経年比較)

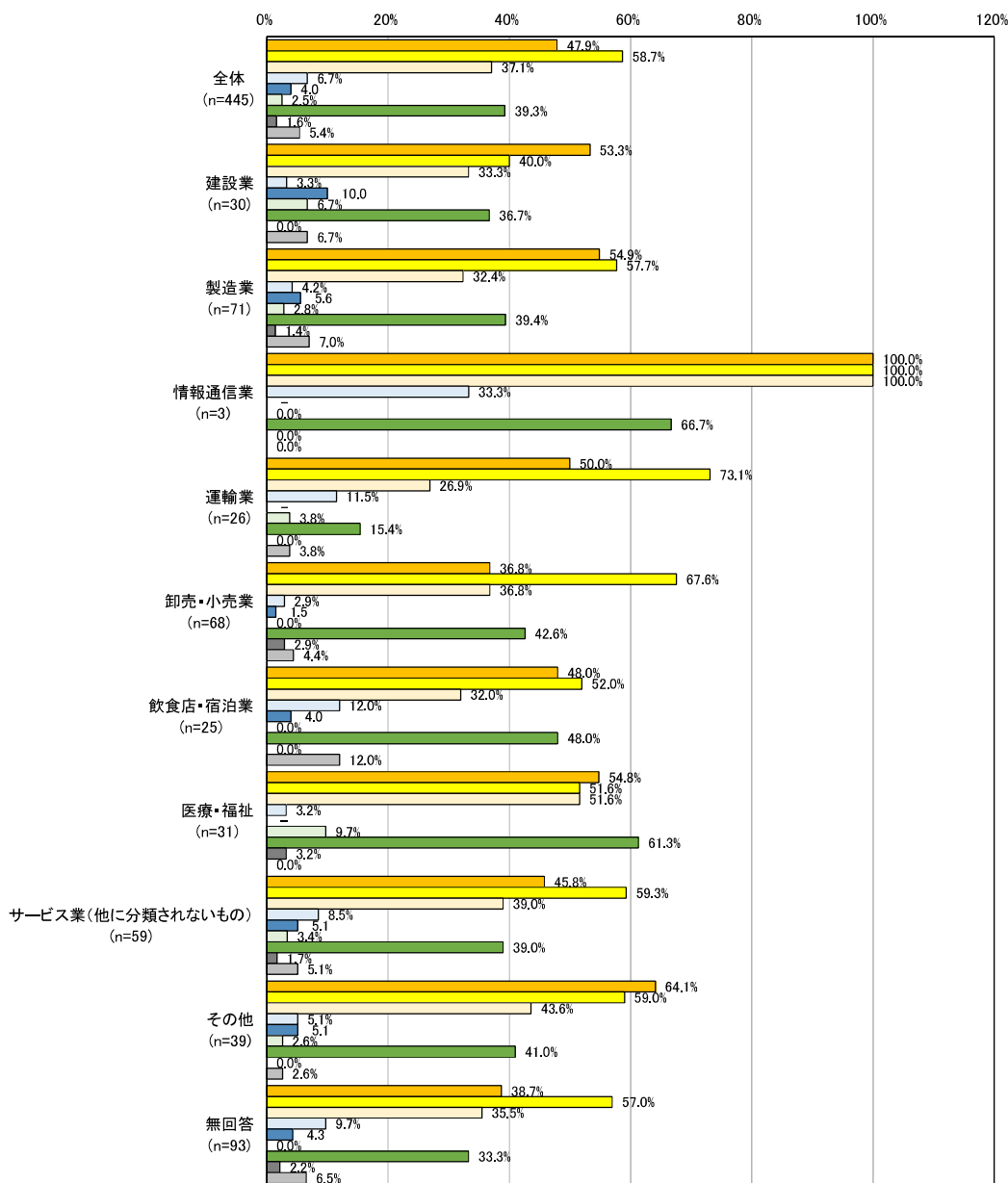
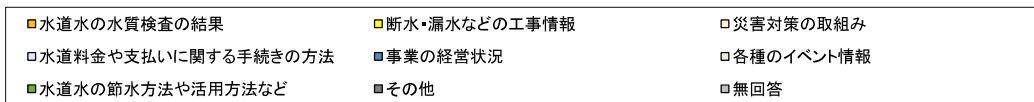


比較的グラフの割合に変化は見られないが「断水・漏水などの工事情報」は増加傾向にある。

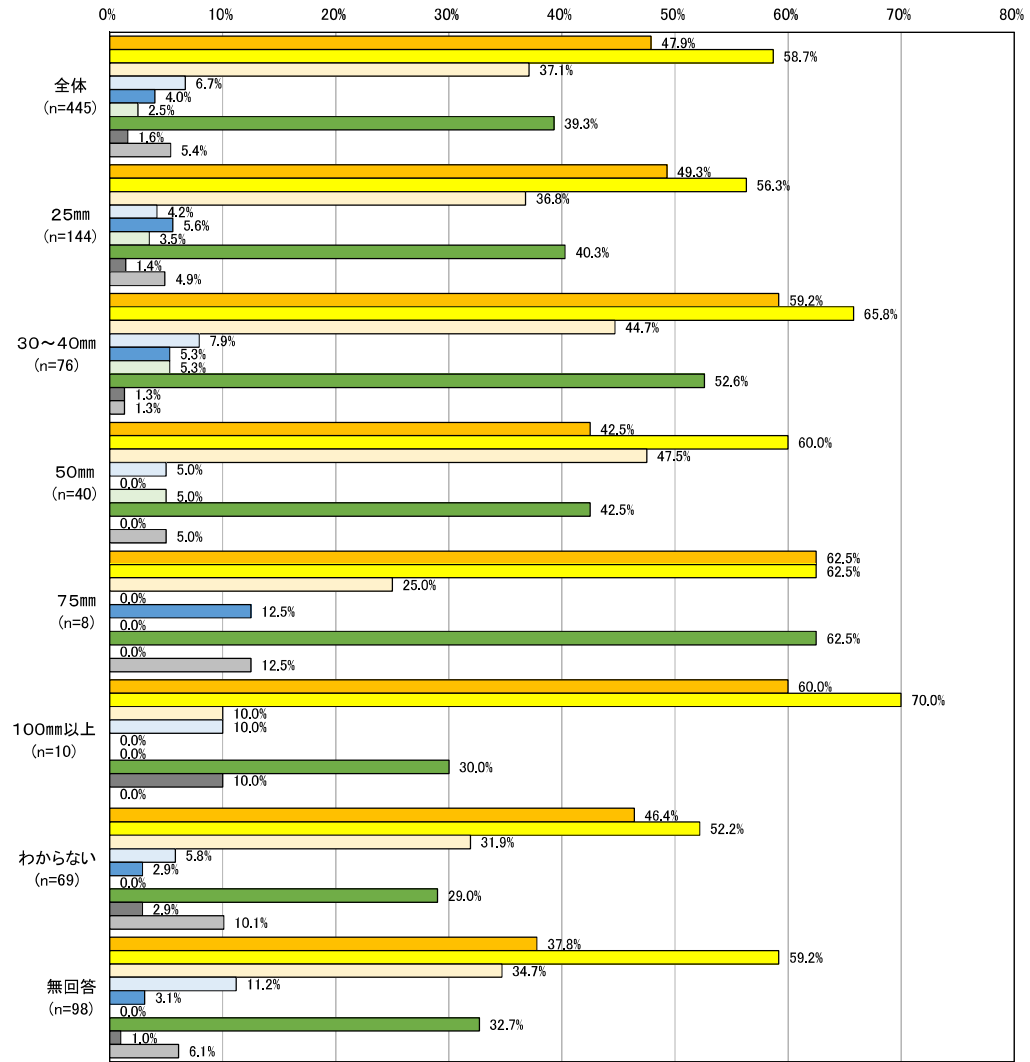
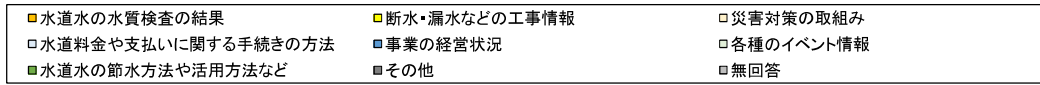


所在区別では、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。

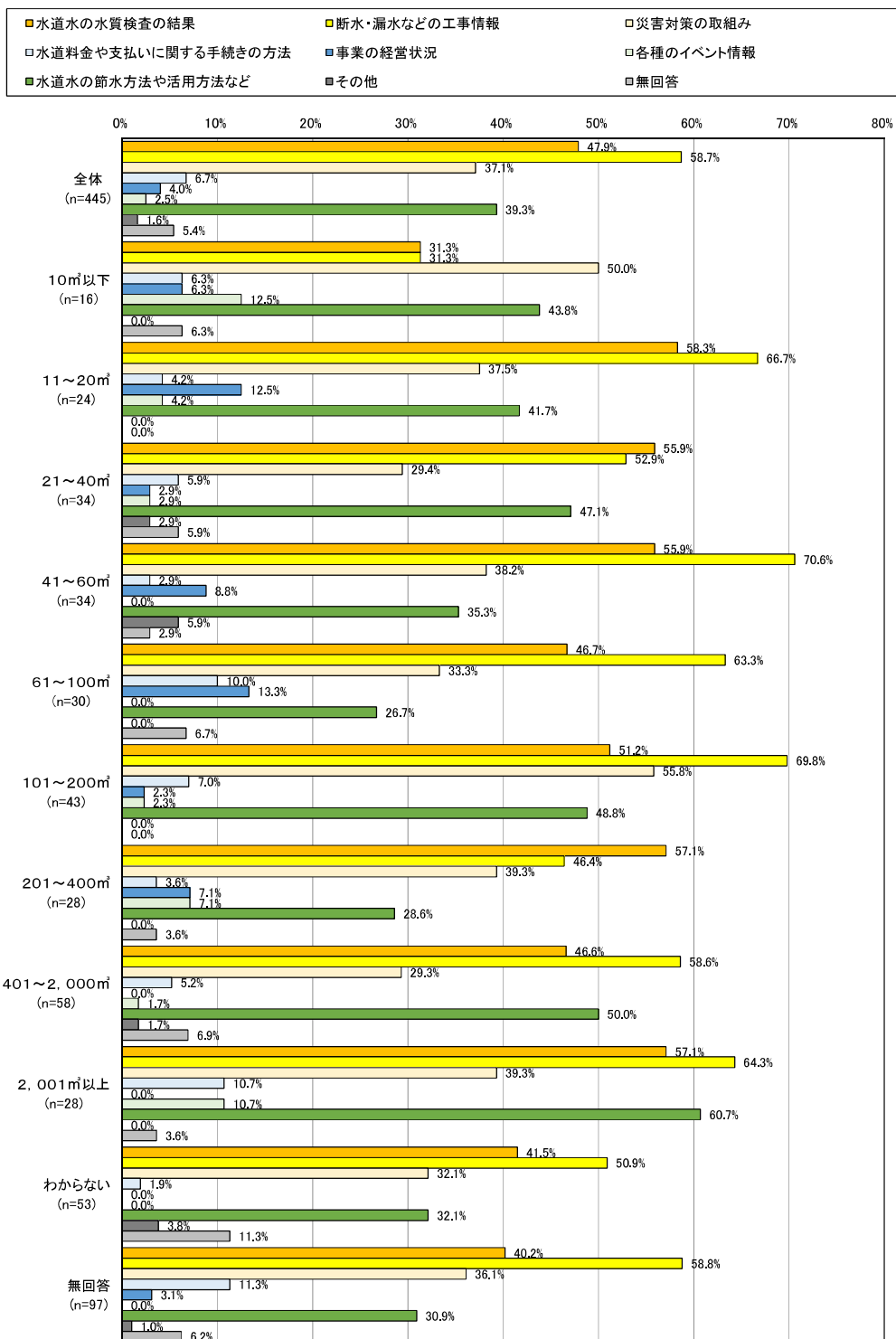




業種別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。



水道メーター口径別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。



直近の水道使用水量別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。